

# REDESAIN INTERIOR SHOWROOM ASTRA BMW DENGAN KONSEP FUTURISTIK INDUSTRIAL



KANYA CATYA

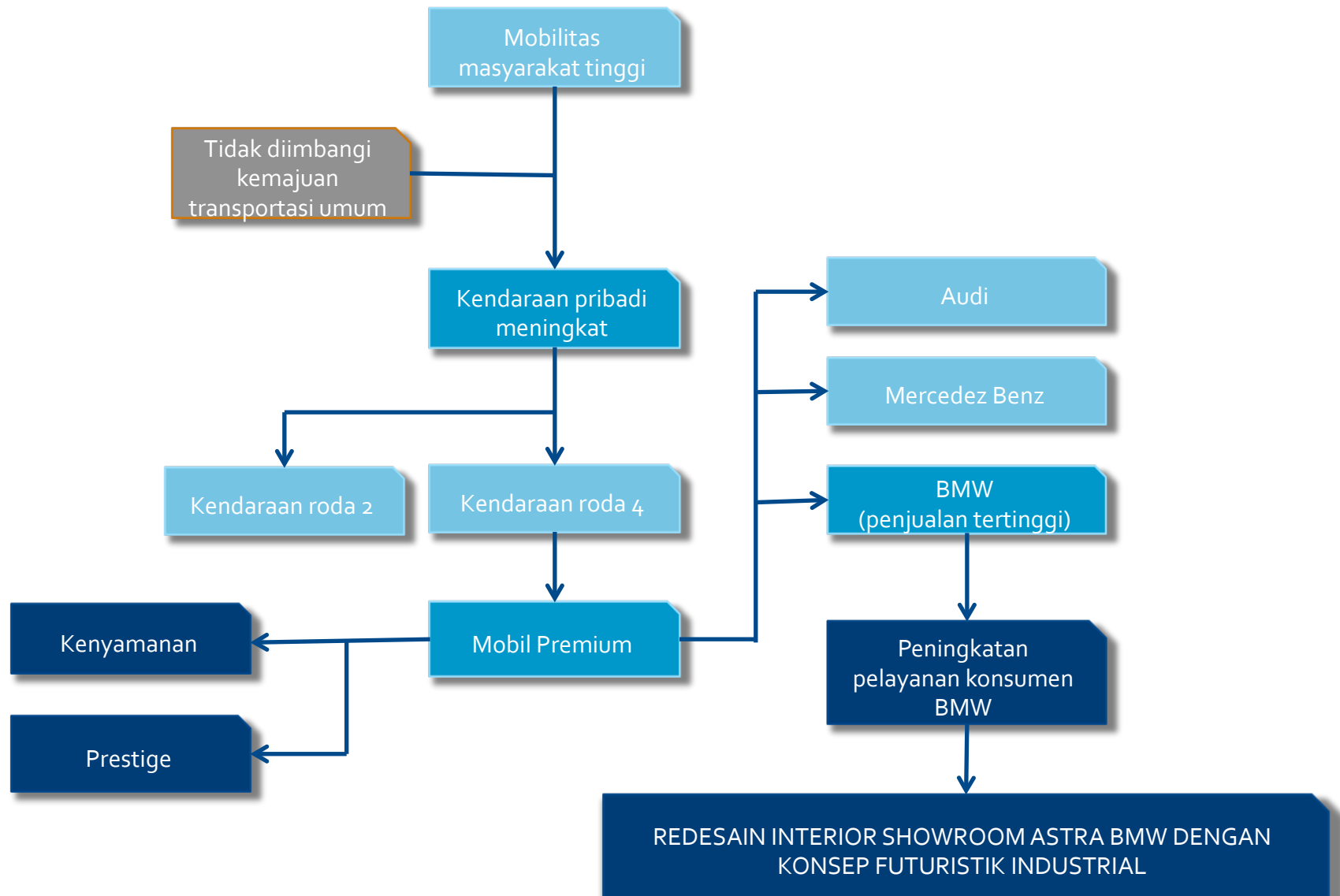
3412100122

IR. NANI RACHMANIYAH, M.T.

TUGAS AKHIR

RI 141501

# LATAR BELAKANG



# TEMA DESAIN

## REDESAIN INTERIOR SHOWROOM ASTRA BMW DENGAN KONSEP FUTURISTIK INDUSTRIAL



## PERMASALAHAN

- + Bagaimana mendapatkan konsep yang sesuai dengan corporate image Astra BMW?
- + Bagaimana cara menentukan fasilitas- fasilitas yang sesuai untuk pengguna Showroom Astra BMW?
- + Bagaimana cara Menghasilkan desain interior yang sesuai dengan kebutuhan Showroom Astra BMW?

## BATASAN MASALAH

- + Redesain interior dibatasi pada bangunan lantai satu, yaitu area showroom, front office, dan executive office room.

## TUJUAN

- + Menghasilkan desain interior yang dapat meningkatkan minat beli pengguna Showroom Astra BMW.
- + Menghadirkan desain interior yang sesuai dengan corporate image Astra BMW.
- + Menerapkan konsep futuristik industrial untuk memenuhi tuntutan pengguna Showroom Astra BMW.

## MANFAAT

- + Dapat dijadikan referensi bagi desain interior yang sejenis.
- + Dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta referensi terhadap penelitian yang sejenis.
- + Dapat dijadikan sebagai referensi untuk desain interior Showroom Astra BMW di masa depan.

# SHOWROOM



- + Showroom adalah sebuah ruang yang besar, yang digunakan untuk menampilkan produk-produk untuk dijual, seperti otomotif, furniture, peralatan rumah tangga, karpet atau pakaian.
- + Salah satu showroom terkenal di dunia adalah Showroom mobil BMW di Munich Jerman ([www.bmw-welt.com](http://www.bmw-welt.com))

+ Showroom mobil biasanya meliputi:

+ Area pameran



+ Area tunggu



+ Kasir



+ Front office



+ Merchandise store



+ Bengkel



# FUTURISTIK



- + Futuristik = bersifat mengarah atau menuju ke masa depan.
- + Futuristik pada bangunan = bangunan itu berorientasi ke masa depan atau bangunan itu selalu mengikuti perkembangan jaman yang ditunjukkan melalui ekspresi bangunan

- + Karakteristik:
  - ✓ Menggunakan bentuk geometris, seperti bentuk lengkung, lingkaran dan bentuk lainnya yang asimetris serta desain yang unik.
  - ✓ Dinding menggunakan treatment berbahan acrylic yang juga berfungsi sebagai pencahayaan ruang
  - ✓ Menggunakan material – material yang dihasilkan melalui hasil proses industri seperti Penggunaan material stainless steel, clear glass, finishing kayu duco, finishing kayu laquer, acrylic, finishing HPL, dan stone granit.
  - ✓ Aplikasi warna putih dengan aplikasi warna dengan intensitas penuh sebagai aksen ruang
  - ✓ Bentuk furniturnya dinamis dan asimetris.

# INDUSTRIAL



- + Gaya industrial awalnya merambah desain interior dan arsitektur Eropa karena banyaknya bangunan bekas pabrik yang tak lagi digunakan.
- + Agar tak terbengkalai, maka dilakukanlah penyesuaian agar gedung-gedung ini bisa dijadikan hunian yang layak dan nyaman.
- + Penyesuaian dilakukan tanpa menghilangkan nuansa asli gedung seperti dinding dan lantai.

- + Karakteristik:
  - ✓ Warna yang dipilih adalah warna netral seperti abu-abu dan putih. Warna warna elemen alam seperti kayu dan metal juga sangat sesuai dengan konsep industrial
  - ✓ Menggunakan lantai plester, keramik kasar, kayu, atau batu.
  - ✓ Memilih motif karpet yang mencolok sebagai aksentuasi ruangan.
  - ✓ Dinding yang old dan unfinished sangat sesuai digunakan dalam ruangan bernuansa industrial.
  - ✓ Dekorasi yang sebaiknya digunakan adalah dekorasi yang bersifat lembut untuk menetralkan suasana industrial yang maskulin dan kaku.
  - ✓ Lampu dengan pilihan rumah bermaterial metal sangat sesuai dengan konsep industrial. Kabel-kabel yang menjuntai juga menambah kesan industrial asal ditata dengan apik dan rapi.



# PENCAHAYAAN OTOMOTIF



New Car Presentation



Highlight New Car



Merchandise Store



Front Office



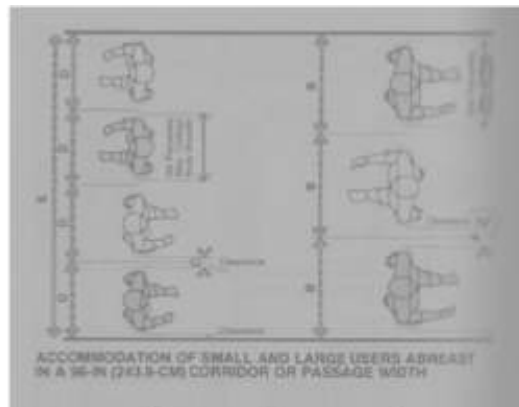
Consultation Area



Used Car

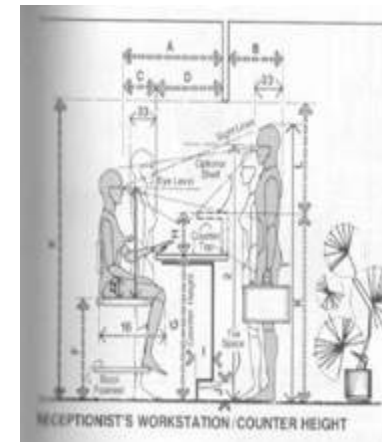


# ANTHROPOMETRI



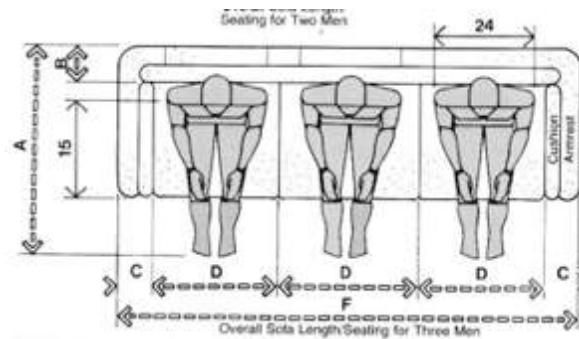
Sirkulasi Horizontal

	in	cm
A	40-48	101.6-121.9
B	24 min.	61.0 min.
C	18	45.7
D	22-30	55.9-76.2
E	78 min.	198.1 min.
F	2'-27	61.0-68.6
G	36-39	91.4-99.1
H	8-9	20.3-22.9
I	2-4	5.1-10.2
J	4	10.2
K	44-48	111.8-121.9
L	34 min.	86.4 min.
M	44-48	111.8-121.9
N	54	137.2
O	26-30	66.0-76.2
P	24	61.0
Q	30	76.2
R	15-18	38.1-45.7
S	29-30	73.7-76.2
T	10-12	25.4-30.5
U	6-9	15.2-22.9
V	39-42	99.1-106.7



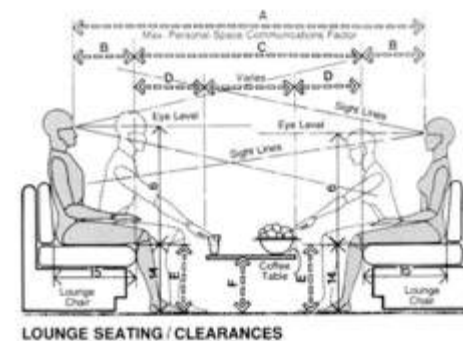
Meja Receptionist

	in	cm
A	40-48	101.6-121.9
B	24 min.	61.0 min.
C	18	45.7
D	22-30	55.9-76.2
E	78 min.	198.1 min.
F	2'-27	61.0-68.6
G	36-39	91.4-99.1
H	8-9	20.3-22.9
I	2-4	5.1-10.2
J	4	10.2
K	44-48	111.8-121.9
L	34 min.	86.4 min.
M	44-48	111.8-121.9
N	54	137.2
O	26-30	66.0-76.2
P	24	61.0
Q	30	76.2
R	15-18	38.1-45.7
S	29-30	73.7-76.2
T	10-12	25.4-30.5
U	6-9	15.2-22.9
V	39-42	99.1-106.7



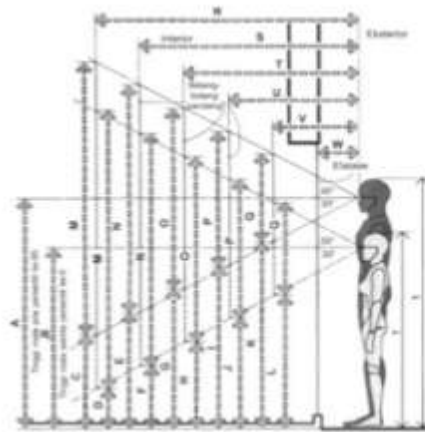
Sofa Tunggu

	in	cm
A	42-48	106.7-121.9
B	6-9	15.2-22.9
C	3-6	7.6-15.2
D	28	71.1
E	62-68	157.5-172.7
F	90-96	228.6-243.8
G	40-46	101.6-116.8
H	26	66.0
I	58-64	147.3-162.6
J	84-90	213.4-228.6



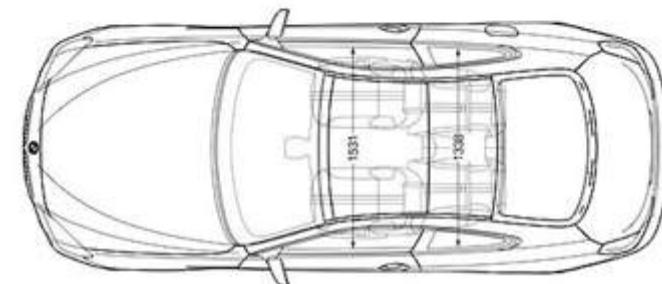
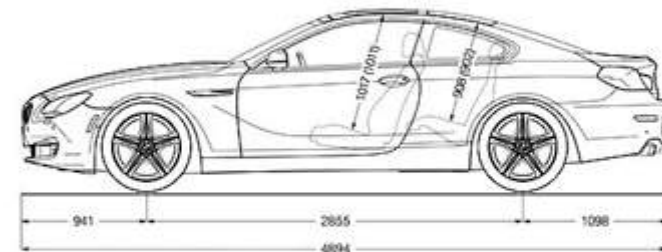
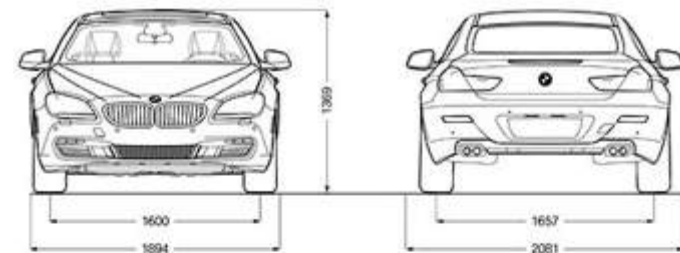
Clearing Lounge

	in	cm
A	84-112	213.4-284.5
B	13-16	33.0-40.6
C	58-80	147.3-203.2
D	16-18	40.6-45.7
E	14-17	35.6-43.2
F	12-18	30.5-45.7
G	30-36	76.2-91.4
H	12-16	30.5-40.6
I	60-68	152.4-172.7
J	54-62	137.2-157.5



	IN	CM
A	68.6	174.2
B	56.3	143.0
C	27.0	68.7
D	14.7	37.4
E	28.0	71.2
F	28.3	72.0
G	41.5	105.4
H	28.8	72.8
I	47.8	121.5
J	36.3	92.2
K	54.8	139.1
L	42.8	107.8
M	83.1	211.1
N	68.3	173.9
O	55.4	140.8
P	41.8	106.6
Q	27.7	70.4
R	72	182.9
S	60	152.4
T	48	121.9
U	36	91.4
V	24	61.0
W	12	30.5
X	84	213.4

Visibility and Display



Ukuran Sedan BMW

# SHOWROOM ASTRA BMW SURABAYA



- + Jl. HR Muhammad kav 2 Surabaya 60189
- + Astra BMW merupakan satu-satunya dealer mobil BMW di Surabaya.

+ Fasilitas yang terdapat di Showroom Astra BMW:

- **Front Office**

Pusat kegiatan dalam showroom, memberikan info pada pengunjung yang datang.

- **Kasir**

Tempat membayar baik untuk pembelian mobil baru dan bekas maupun pembayaran servis.

- **Brand New Car Area**

Area pameran untuk mobil- mobil BMW keluaran terbaru.

- **Certified Used Car Area**

Area pameran untuk mobil- mobil *second* pilihan BMW.

- **Lounge**

Area untuk menunggu, meliputi buku bacaan dan televisi.

- **Mini Bar**

Area untuk pengunjung membuat minuman.

- **Discuss Area**

Area untuk mendiskusikan mobil yang sedang dipamerkan.

- **Sales Advisor Area**

Area kerja bagi sales advisor

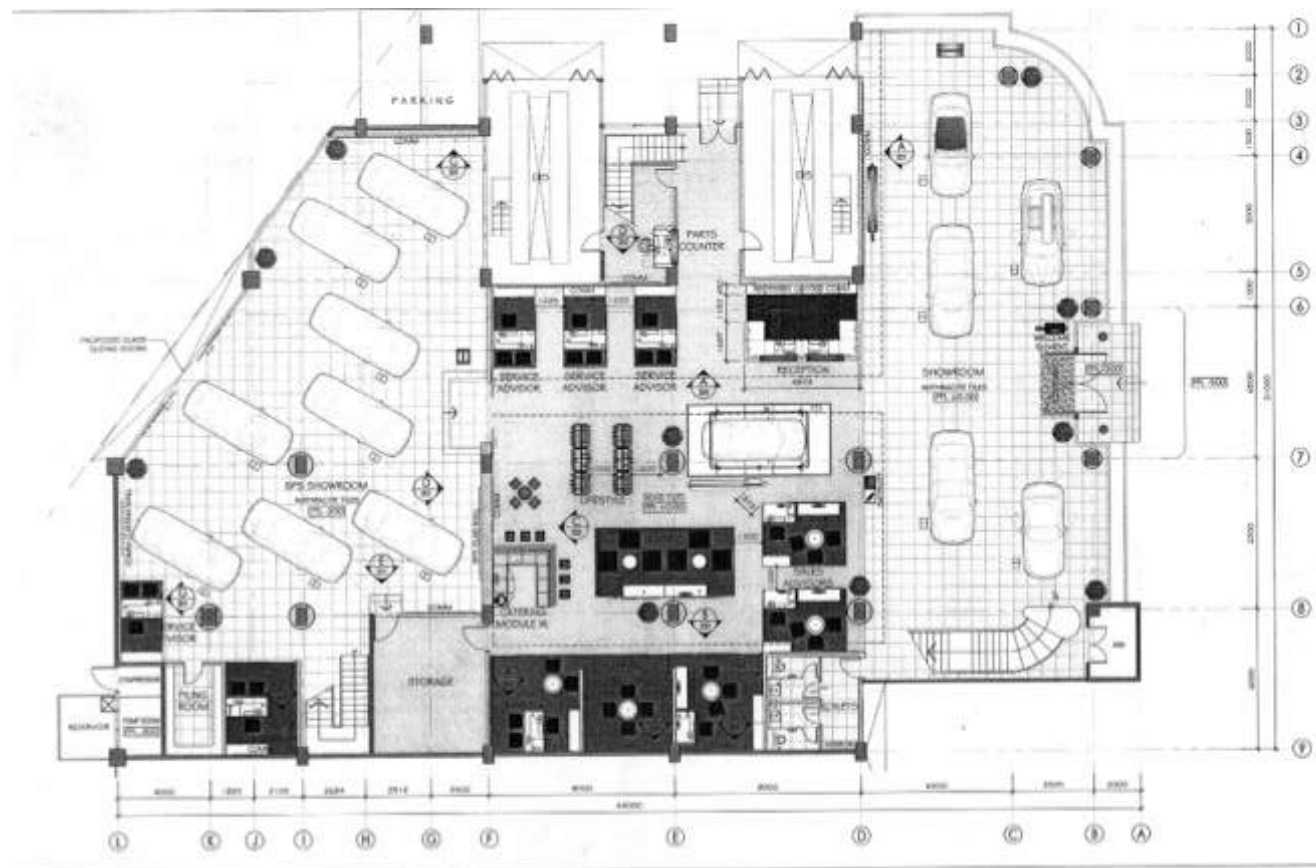
- **Service Advisor**

Area untuk mengkonsultasikan keperluan servis di bengkel.

- **Lifestyle Area**

Tempat penjualan merchandise BMW

# DENAH



# HASIL OBSERVASI



Entrance pada showroom kurang menyambut pelanggan yang datang. Pemilihan ukuran dan motif lantai kurang eksklusif.



Display mobil pada area depan showroom kurang menonjol, sehingga kesan eksklusif dan garang tidak nampak.





Signage dan line antrian kurang jelas dan masih agak membingungkan.



Area konsultasi sudah memiliki privasi yang cukup baik hanya saja kurang maksimal dalam pencahayaan



Pemilihan dan perawatan lantai di area bar kurang baik. Desain bar kurang dinamis dan hampir tidak pernah difungsikan.



Terdapat display merchandise yang dijual namun tidak menonjol dan tidak menarik sama sekali.





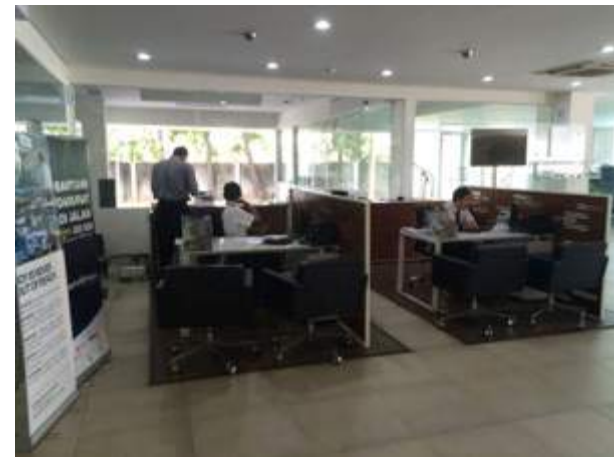
Ukuran televisi dan jumlah sofa kurang memadai. Bentuk sofa yang dipilih menyebabkan banyak space yang terbuang.



Executive workstation sudah cukup baik namun bisa lebih dinamis lagi bila didesain dengan baik.



Ruang rapat kecil masih sangat polos dan kurang memiliki daya tarik lebih.



Area sales consultation masih kurang signage sehingga pengunjung sedikit kebingungan.



Kantin yang sudah tidak digunakan ini akan dirubah menjadi executive lounge.



Ukuran ruangan sudah cukup namun pemilihan material lantai dan lighting harus dirombak.



Area certified used car masih kurang menarik. Tidak ada signage yang dapat membantu pelanggan.



Pencahayaan dan pemilihan material lantai masih kurang menonjolkan mobil yang dipamerkan.

## BMW DOMINICAN REPUBLIC



Pencahayaan yang digunakan memberi efek dramatis dan fokus pada mobil yang dipamerkan. Pemilihan kaca sebagai dinding sangat tepat karena mobil yang dipamerkan dapat dilihat dari luar bangunan.



Material lantai yang berbeda dapat dijadikan alternatif stage tanpa harus menambah elevasi. Visualisasi jalanan yang terdapat pada dinding memberi nuansa mengemudi pada pelanggan.





Area ini mengusung tema yang lebih hangat. Warna hitam pada dinding memberikan kesan eksklusif dan mewah. Pencahayaan yang digunakan juga sudah sangat sesuai.



Material dan warna lantai merupakan interpretasi dari aspal jalanan sehingga mobil yang ditampilkan tampak seperti sedang berada di jalan raya.



Susunan mobil yang dipamerkan berbaris lurus mirip dengan kondisi di jalan sehingga pelanggan mendapat visualisasi yang mendekati kondisi asli.



Ornamen dan bentuk desain yang simpel berhasil menonjolkan mobil yang dipamerkan. Hal tersebut ditunjang dengan pencahayaan yang baik juga.

## BMW PARIS



Material dan bentuk jeruji yang digunakan untuk display mobil sangat memberi kesan maskulin dan kuat, sesuai dengan tagline BMW. Warna ruangan didominasi warna putih untuk menonjolkan mobil yang dipamerkan.



Pemasangan logo BMW pada tengah ruangan memberikan branding yang jelas serta menyambut pelanggan yang datang. Cermin miring yang terdapat pada bagian atas ruangan dapat memperlihatkan bagian atas mobil.



Area tunggu mengusung nuansa all-white. Pemilihan warna putih dan desain minimalis ini memberikan kesan futuristik. Pencahayaan yang digunakan juga mendukung nuansa all-white.



Poster pada dinding merupakan design guidelines yang diberikan oleh BMW. Layar interaktif memberikan info- info menarik mengenai BMW. Dinding kayu memberikan sedikit nuansa hangat pada ruangan yang didominasi warna putih.



# STUDI PENGGUNA

## + SEGMENTASI

- ✓ Kalangan Atas
- ✓ Laki- laki
- ✓ Usia 25-35 tahun

## + KARAKTERISTIK

- ✓ Loyalitas tinggi, hal ini dibuktikan dengan kembalinya pengguna Astra BMW untuk melakukan pembelian.
- ✓ Tingkat edukasi yang lebih tinggi sehingga cenderung lebih kritis dalam memilih barang yang digunakan.
- ✓ Sangat mementingkan kualitas daripada kuantitas.
- ✓ Kebutuhan fasilitas cenderung lebih tinggi dari segmentasi lainnya.
- ✓ Memiliki kesadaran yang tinggi pada produk, kesiapan membeli produk, serta informasi tentang produk yang dibutuhkan.

## STUDI KEBUTUHAN RUANG

No	Ruang	Aktifitas	Fasilitas Ruang	Jumlah	Dimensi	Rasio Sirkulasi	Jumlah Coverage (m <sup>2</sup> )	Minimal Luas (m <sup>2</sup> )
1.	Front office	Mencari info	Meja depan	3	75 x 30	1:2	0,675	2,025
		Memproses data	Meja tulis	2	75 x 60	1:2	0,9	2,7
		Melakukan pembayaran	Meja kasir	1	75 x 60	1:2	0,45	1,35
		Duduk	Kursi	3	50 x 50	1:2	0,75	2,25
2.	Brand New Car (BNC) Area	Memamerkan mobil utama	Stage	1	400 x 200	1:3	8	24
		Memamerkan mobil	Space kosong	4	400 x 200	1:3	32	128
		Berdiskusi	Meja	4	60 x 60	1:2	1,44	4,32
		Duduk	Kursi	16	50 x 50	1:2	4	12

## PROGRAM KEBUTUHAN RUANG

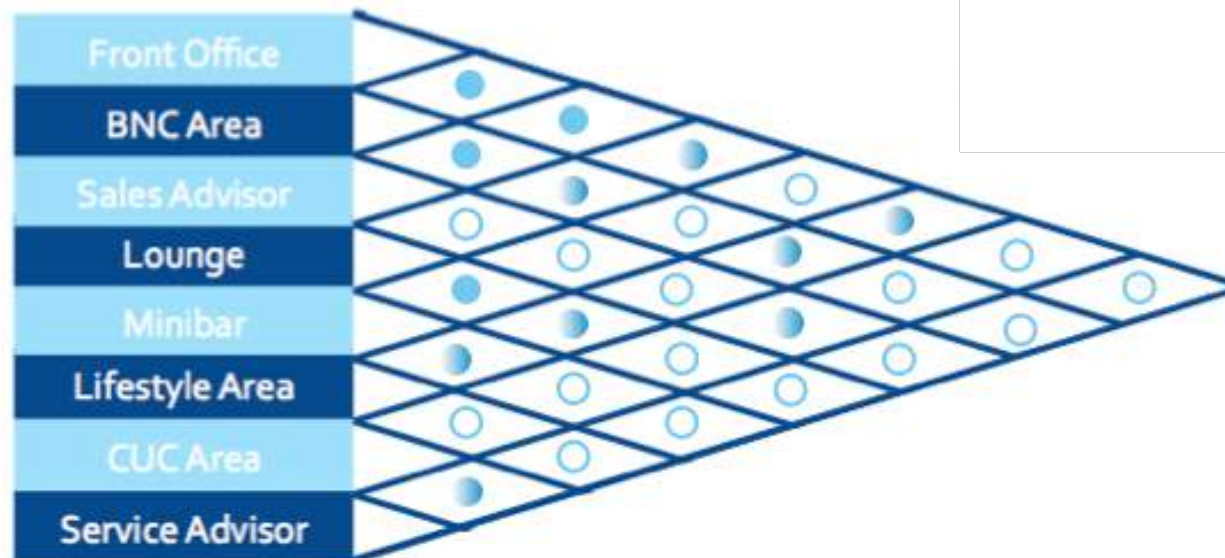
No	Ruang	Aktifitas	Fasilitas Ruang	Jumlah	Dimensi	Rasio Sirkulasi	Jumlah Coverage (m <sup>2</sup> )	Minimal Luas (m <sup>2</sup> )
3.	Lounge	Makan/ minum	Meja	2	100 x 40	1:2	0,8	2,4
		Duduk	Sofa	4	120 x 60	1:2	2,88	8,64
		Menonton TV	TV Credenza	1	200 x 40	1:2	0,8	2,4
		Membaca	Rak buku	1	150 x 30	1:2	0,45	1,35
4.	Minibar	Minum	Meja	1	150 x 60	1:2	0,9	2,7
		Duduk	Barstool	3	40 x 40	1:2	0,48	1,44
		Membuat minuman	Drink maker	1	100 x 60	1:2	0,6	1,8
5.	Sales Advisor Area	Menulis	Meja	2	75 x 60	1:2	0,9	2,7
		Duduk	Kursi	2	50 x 50	1:2	0,5	1,5

## PROGRAM KEBUTUHAN RUANG

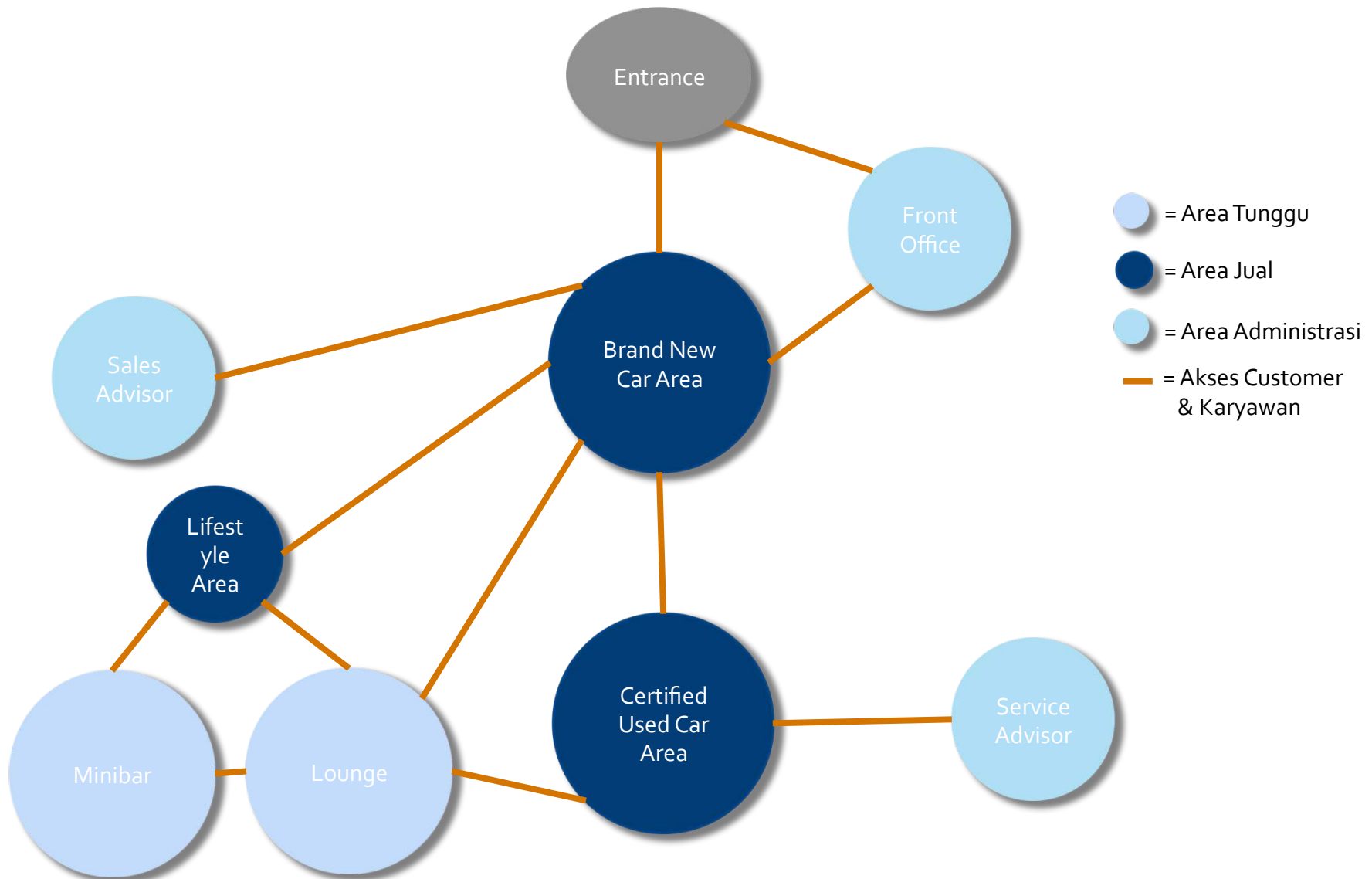
No	Ruang	Aktifitas	Fasilitas Ruang	Jumlah	Dimensi	Rasio Sirkulasi	Jumlah Coverage (m²)	Minimal Luas (m²)
6.	Certified Used Car (CUC) Area	Memamerkan mobil	Space kosong	6	400 x 200	1:3	48	144
		Berdiskusi	Meja	3	60 x 60	1:2	1,08	3,24
		Duduk	Kursi	12	50 x 50	1:2	3	9
7.	Service Advisor Area	Mencari info	Meja depan	4	75 x 30	1:2	0,9	2,7
		Memproses data	Meja tulis	4	75 x 60	1:2	1,8	5,4
		Duduk	Kursi	3	50 x 50	1:2	0,75	2,25
8.	Lifestyle Area	Memamerkan pakaian	Manekin	2	75 x 40	1:2	0,6	1,8
		Memamerkan asesoris	Rak display	2	50 x 50	1:2	0,5	1,5
		Membaca	Info board	1	150 x 15	1:2	0,225	0,675
TOTAL LUAS MINIMAL								372,14
SIRKULASI 50%								186,07
TOTAL LUAS YANG DIBUTUHKAN								558,21

## MATRIKS

- = harus berhubungan
- = sebaiknya berhubungan
- = tidak boleh berhubungan



# BUBBLE DIAGRAM







# KONSEP DESAIN

# FUTURISTIK

- + Bentuk- bentuk geometris
- + Dominasi warna putih



- + Material fabrikasi
- + Pencahayaan estetis yang dinamis

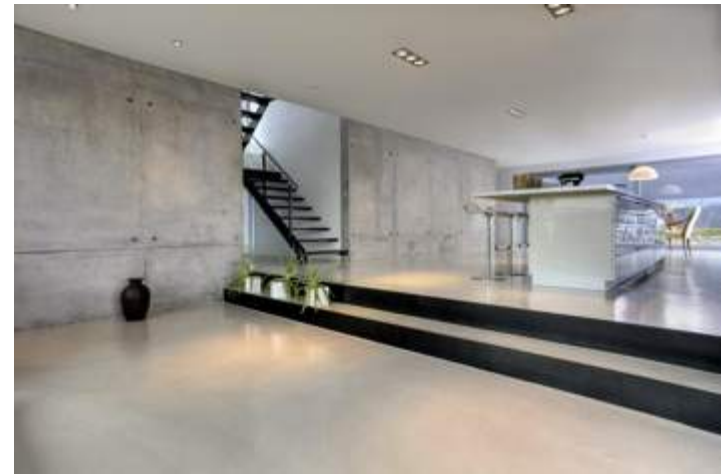


# INDUSTRIAL

- + Menggunakan warna netral



- + Penggunaan lantai plester



- + Penggunaan material metal



## DINDING



- + Dinding akan didominasi warna putih untuk menonjolkan mobil yang dipamerkan.
- + Pencahayaan estetis digunakan pada beberapa dinding sebagai unsur futuristik. Pencahayaan estetis didominasi warna biru sebagai corporate color BMW.



- + Beberapa area dipisahkan dengan menggunakan partisi modular akrilik.

## LANTAI



- + Lantai pada area Brand New Car showroom menggunakan material concrete. Hal ini ditujukan untuk memberi visualisasi mobil ketika berada pada jalan raya.
- + Pada area lain lounge dan minibar, lantai menggunakan marmer putih untuk menunjukkan kelas yang mewah bagi penggunanya.



- + Lantai pada area pameran mobil utama menggunakan lighting di dalam lantai serta sentuhan material metal.

## PLAFON



- + Plafon sebagian besar merupakan permainan drop ceiling putih dan hidden lamp.
- + Pada beberapa area drop ceiling akan dikombinasikan dengan material metal.

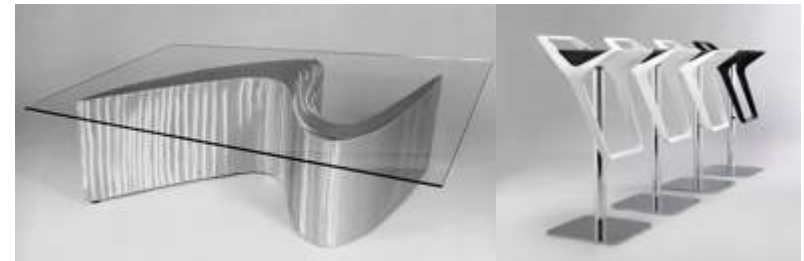
## ELEMEN ESTETIS

- + Elemen estetis banyak menggunakan material akrilik dan metal.
- + Elemen estetis pada dinding sebagian besar disusun secara linear untuk menunjukkan kesan futuristik yang *clean*.

## FURNITUR



- + Bentuk yang dipilih untuk furnitur adalah bentuk geometris. Beberapa bentuk furniturnya dibuat asimetris.
- + Furnitur didominasi oleh warna putih dengan beberapa sentuhan warna vibrant lain.



- + Beberapa furnitur menggunakan material metal untuk memberi sentuhan industrial.

# PEMILIHAN ALTERNATIF LAYOUT

		A	B	C	Jumlah	Rank	Score	Bobot
A	Sirkulasi Pengunjung	-	1	1	2	I	100	$100/200=0,5$
B	Display	1	-	0	1	II	70	$70/200=0,35$
C	Efisiensi Pekerja	0	0	-	0	III	30	$30/200=0,15$
Total							200	1,00

Objective	Weight	Parameter	Alt. 1			Alt. 2			Alt. 3		
			S	M	V	S	M	V	S	M	V
Sirkulasi Pengunjung	0,50	Kemudahan pengunjung dalam beraktivitas	Good	6	3	Good	6	3	Very Good	8	4
Display	0,35	Barang yang ditawarkan dapat dilihat dengan jelas	Good	6	2,1	Poor	2	0,7	Very Good	9	3,15
Efisiensi Pekerja	0,15	Workstation yang mendukung	Poor	3	0,45	Poor	3	0,45	Very Good	9	1,35
Total					5,55	4,15			8,50		